



株式会社WACUL

2025年2月期第2四半期 決算説明会書き起こし

2024年10月16日

大淵: 株式会社WACUL代表取締役社長の大淵でございます。それでは、ただいまより一昨日開示いたしました2025年2月期第2四半期の決算についてご説明いたします。

サマリー

エグゼクティブ・サマリー 25/2期第2四半期業績の概要		
売上高	EBITDA	理論LTV
第2四半期として過去最高	上期は先行投資を実行、下期はEBITDAのプラス成長を加速	第2四半期として過去最高
2025/2期 第2四半期 461百万円 前年同四半期比+9.0%	2025/2期 第2四半期 40百万円 前年同四半期比▲27.2%	2024/8 5,584千円 前年同月比+2.5%
※リカーリング売上高 258百万円 (同+9.0%)	※営業利益 8百万円 (同▲68.3%)	※クロスセル率18.8% (同▲1.1pp)
<ul style="list-style-type: none">人材マッチング事業が引き続き拡大を継続、過去最高の売上高を達成し、全社でも前年同四半期比+9.0%の成長を達成継続契約型の売上であるリカーリング型売上高についても過去最高を更新	<ul style="list-style-type: none">第1四半期から継続して離職率の低下や育休からの復職などで稼働人員数が増加。同時に人材マッチング事業への研究開発等、積極的な投資活動を行ったことから、前年同四半期比で減少。通期計画達成にむけ、引き続きEBITDAのプラス成長を加速人材マッチング事業とインキュベーション事業の伴走型案件が拡大し、プロダクトミックスが変化	<ul style="list-style-type: none">前年同月比+2.5%の成長。1社あたりリカーリング型売上高は高水準を維持販売促進費のROI計測をより細分化したことで、広告宣伝費を抑制しつつ獲得効率が向上
WACUL	© WACUL	2

大淵: まずは、決算のサマリーになります。

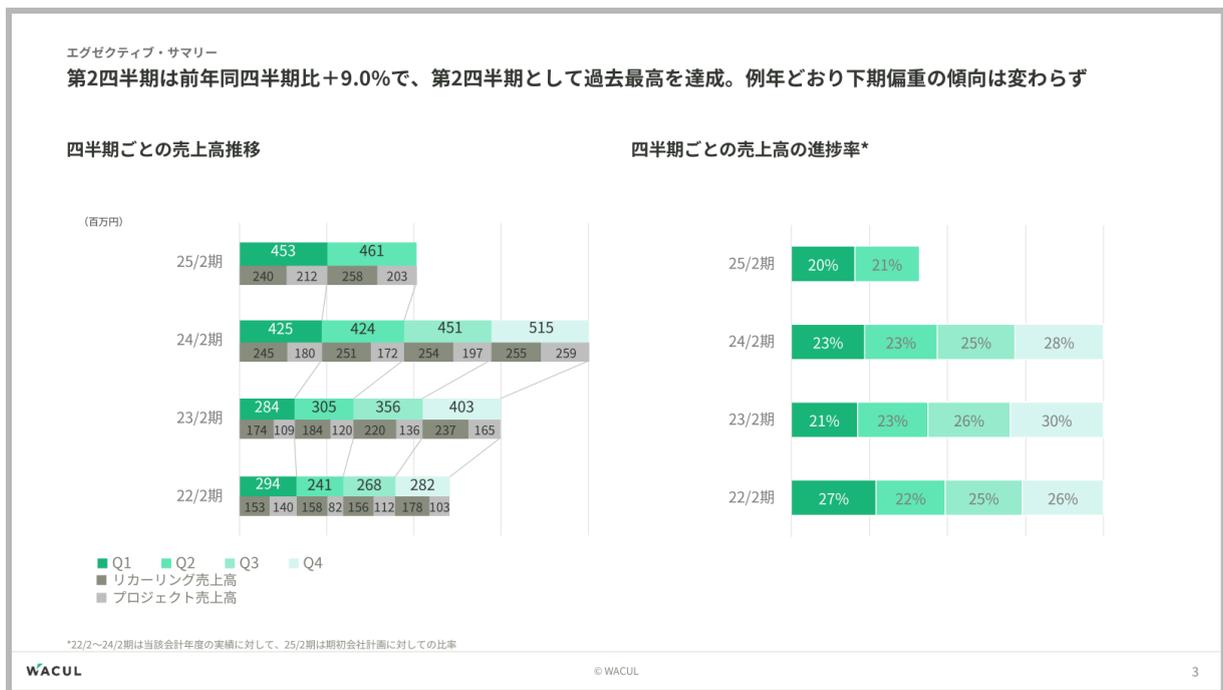
第2四半期は売上高 4億6100万円、EBITDA 4000万円、また重要KPIと位置付けている理論LTV 558万円を着地しております。

まず一番左に記載ございます売上高ですが、前年同四半期比+9.0%の成長となりました。人材マッチング事業が引き続き拡大を続けており、全社でも第2四半期として過去最高を達成しております。また、継続契約型の売上であるリカーリング型売上についても過去最高を更新しております。

中央記載のEBITDAに関しては、前年同四半期比で27.2%減、営業利益も68.3%減となっております。上期については、昨年度から継続している研究開発や、事業拡大に向けた人員拡充が離職率の低下もあって前倒しで進んでいることなどの影響を受け、前年同四半期比で減少しております。下期は、採用・販促費等を含めた投資全般を注力領域に限定し、EBITDAのプラス成長を加速させていきます。

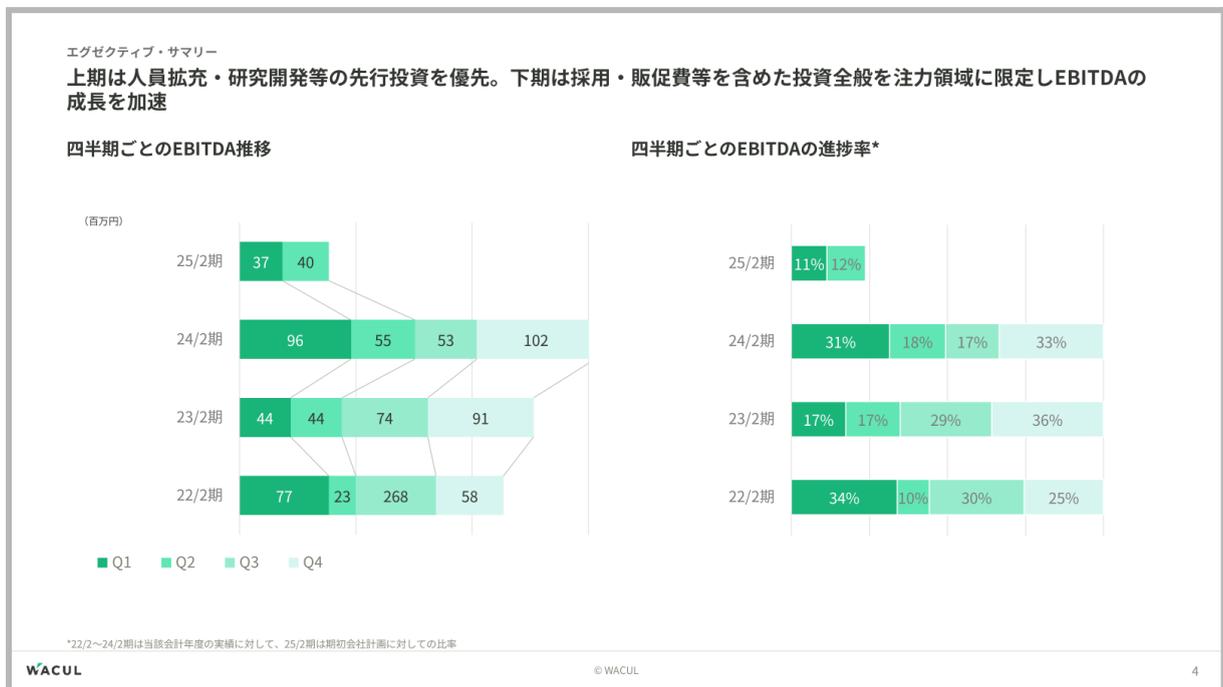
また、重要KPIである理論LTVは約558万円と前年同月比で+ 2.5%成長しております。引き続き、1社ごとの継続契約型の売上にあたる1社あたりのリカーリング売上高は高水準を維持しております。

前期まで及び当期の売上高内訳



大淵: こちらは、四半期別で見たリカーリング売上・プロジェクト売上の実績比較です。

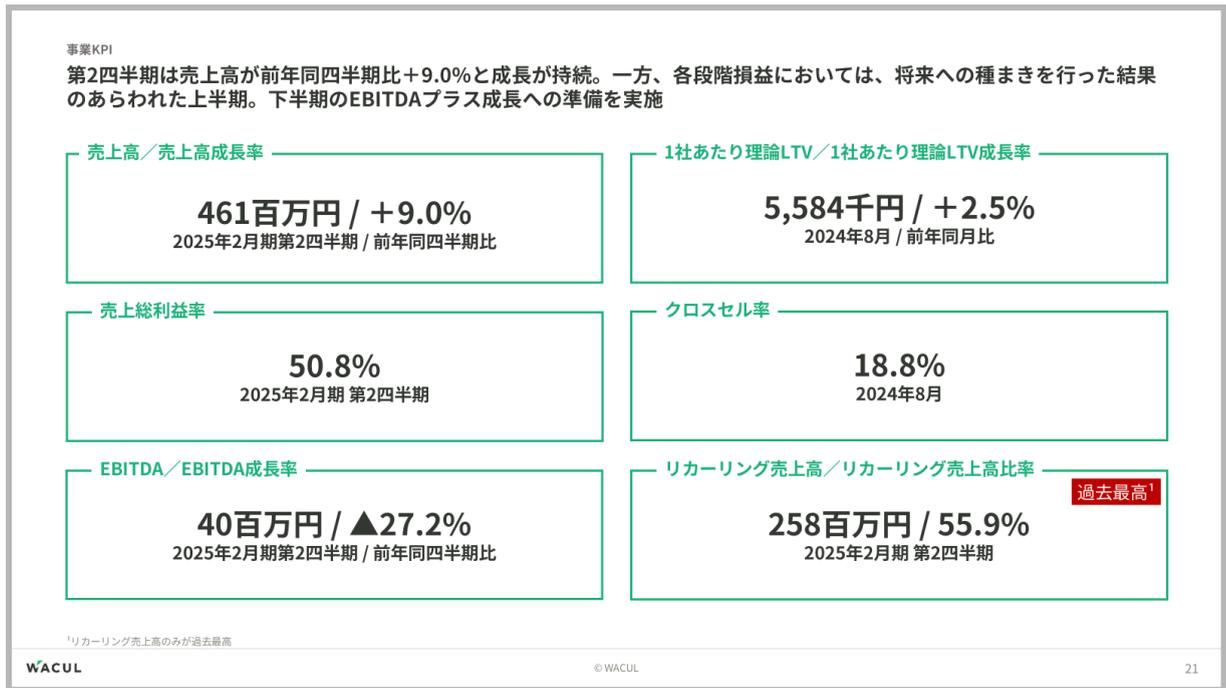
四半期ごとの売上高は、前年同四半期比+9.0%の成長を達成し、第2四半期としては過去最高となっております。四半期ごとの進捗率としてはスロースタートと見えるかと思いますが、年々成長を続けていることから、上期は低く見えがちである点をご理解いただければと思います。



大淵: 次に、四半期別で見たEBITDAの実績比較です。

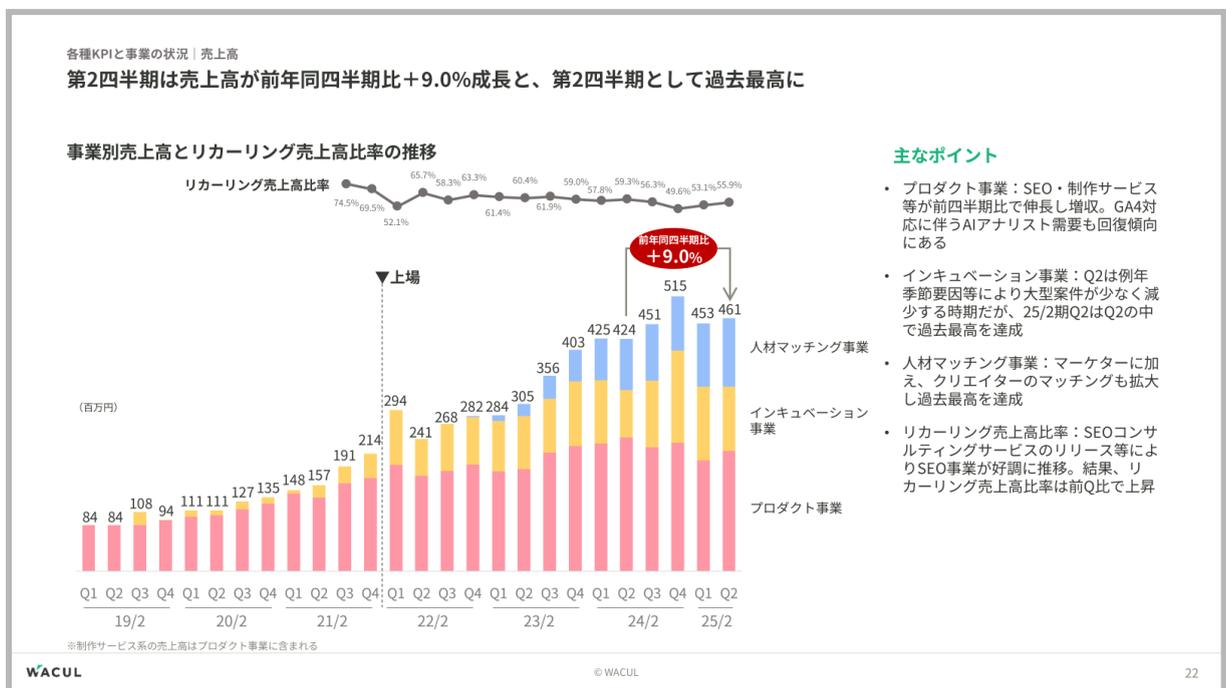
EBITDAにつきましては、売上面では主にプロダクトミックスの変化、特にDXコンサルティングの戦略系大型案件の納品タイミングが季節性もあり第2四半期に少なかったこと、そしてコスト面では人員拡充や広告宣伝費の投資等を行っており、23/2期に近いイメージで進捗しております。下期はコストコントロールをしながら、期初計画達成に向けて動いております。

5ページから19ページの会社概要等については割愛させていただき、このままKPIについてのご説明に移ればと存じます。



大淵: 当社が開示している各種KPIは、それぞれご覧のような状況となっております。全体として、売上高は第2四半期として過去最高、特にリカーリング型売上高については過去最高を達成しており、前年から継続して将来へ投資してきていることが数字として表れています。

次ページ以降、ひとつずつ詳細に解説させていただきます。



主なポイント

- プロダクト事業：SEO・制作サービス等が前四半期比で伸長し増収。GA4対応に伴うAIアナリスト需要も回復傾向にある
- インキュベーション事業：Q2は例年季節要因等により大型案件が少なく減少する時期だが、25/2期Q2はQ2の中で過去最高を達成
- 人材マッチング事業：マーケターに加え、クリエイターのマッチングも拡大し過去最高を達成
- リカーリング売上高比率：SEOコンサルティングサービスのリリース等によりSEO事業が好調に推移。結果、リカーリング売上高比率は前Q比で上昇

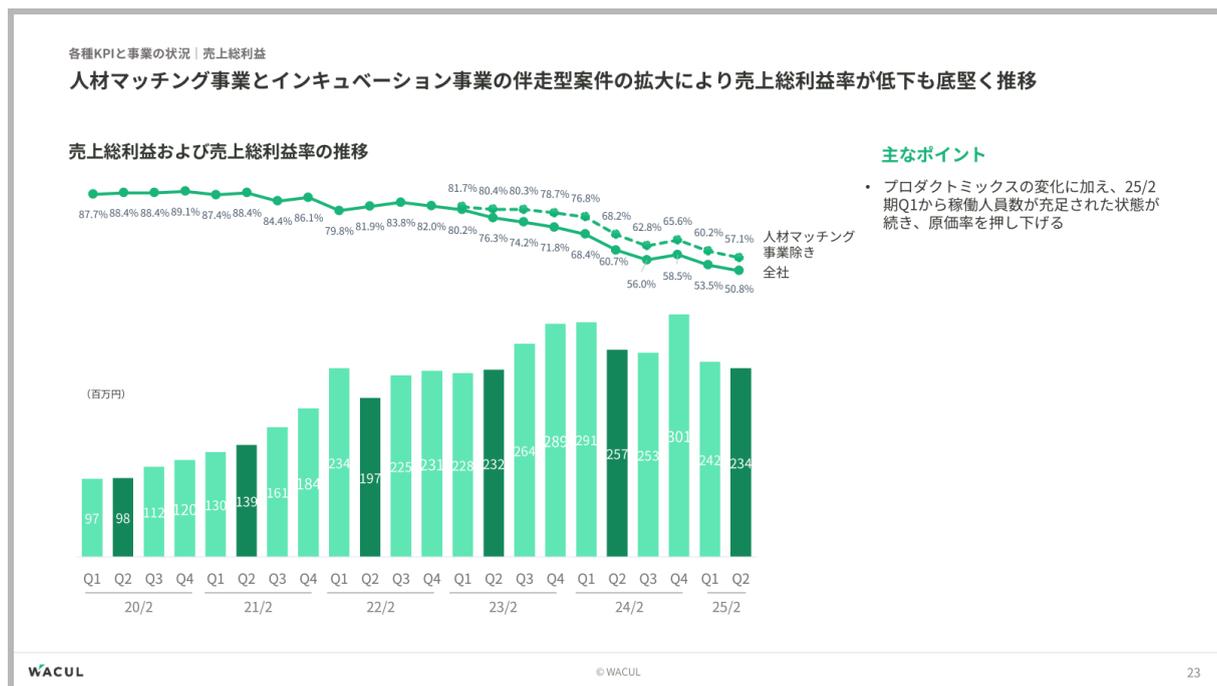
大淵: まずは四半期別の売上高の詳細です。

プロダクト事業は、SEO事業や制作サービスが前四半期比でも増収となりました。特にSEO事業は、「AIアナリストSEO」をコンテンツマーケティング支援サービスからコンテンツSEOだけでなくテクニカルSEOも含めたオールインワンのSEO支援サービスにリニューアルした結果、好調に推移しております。

また、主力サービスであるAIアナリストについては、2024年7月をもって旧Googleアナリティクス（ユニバーサルアナリティクス）の提供が終了、過去データの閲覧が不可となりGoogleアナリティクス4（以下GA4）サポートの需要が高まっていることから、GA4の導入から活用までを包括的にサポートするサービスの提供を開始しました。こちらも良い反響をいただいております。

インキュベーション事業は、例年第2四半期は戦略系案件の納品が薄い閑散期ですが、引き続き伴走型のプロジェクトがしっかりと継続しており、前年同四半期比ではその伴走型案件の拡大で増収となっております。

人材マッチング事業は四半期ごとに過去最高を更新し続けており、順調な拡大を続けております。

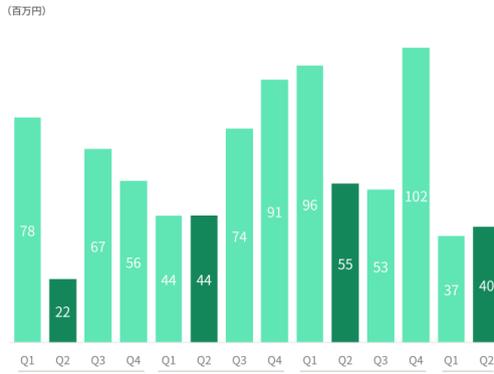


大淵: 次に、売上総利益および売上総利益率の推移になります。

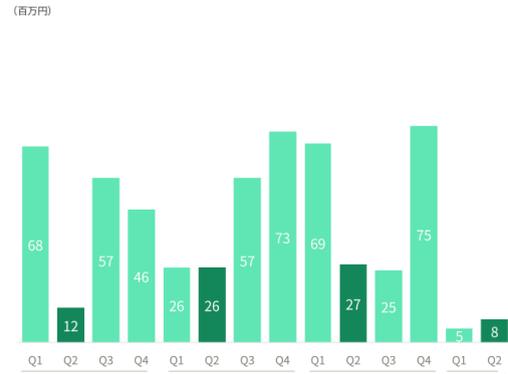
第2四半期の売上総利益は2億3400万円となりました。人材マッチング事業とインキュベーション事業の伴走型案件の拡大などから売上総利益率は低下傾向が続いております。安定的に売上を獲得しながら、利益率の高いサービスの拡販へと注力するよう、組織設計やKPIなども見直し、利益率の改善に取り組んでおります。

上期は人員拡充・研究開発等の先行投資を優先。下期は採用・販促費等を含めた投資全般を注力領域に限定しEBITDAの成長を加速

EBITDAの推移



営業利益の推移



大淵: 続いてEBITDAおよび営業利益です。

販売管理費については売上成長および先行投資のバランスを見ながらコントロールをしています。第2四半期は売上総利益率の低下に加え、人員拡充や研究開発等、積極的に投資活動を行っていることなどから前年同四半比で減少となりました。改めて、下半期は、採用・販促費等を含めた投資全般を注力領域に限定し、EBITDA成長の加速を目指していきます。

人材マッチング事業の単体拡大が先行し、クロスセル率はやや低下

クロスセル率¹の推移



KPIに関する説明

- プロダクト事業では、クロスセルが望めず将来的な拡大の見込みづらい小企業案件の整理と、中企業以上へのクロスセルの働きかけを継続
- 人材マッチング事業とプロダクト事業のクロスセルは、人材マッチング事業単体での拡大が先行

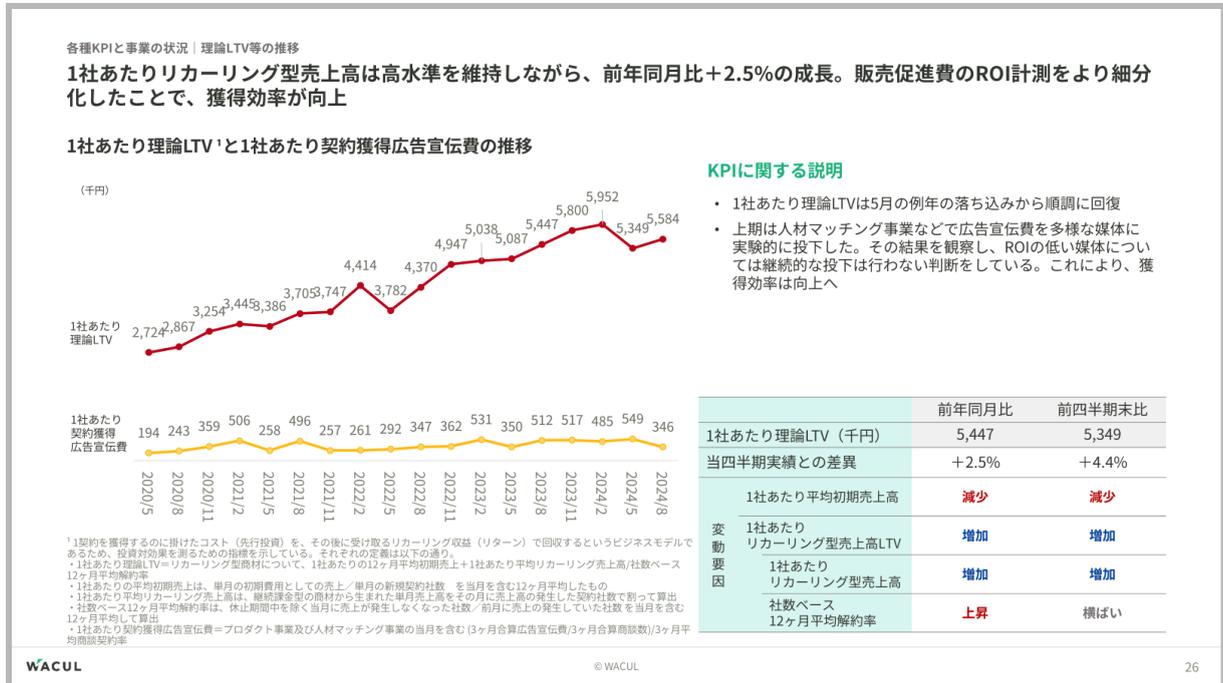
¹クロスセル率 = (AIアナリスト、AIアナリストSEO、AIアナリストAD、MarketerAgentなどのリカーリング商材のうち、当月に2商材以上利用している取引先社数) / (当月にリカーリング商材のいずれかを利用している全取引先社数)

大淵: 続いてクロスセル率です。

2024年8月末時点でのクロスセル率は18.8%となり、23年5月末から横ばい傾向が続いておりましたが、若干低下しております。

人材マッチングを行うMarketerAgentが、他商材とクロスセルされずクロスセル率を押し下げる一方、プロダクト事業では小企業案件の整理とクロスセル可能な予算を持つ中企業以上へのアプローチを継続しております。

人材マッチング事業のクライアントでプロダクト事業のサービスがまったく導入できないということではなく、これまでもご説明のとおり、現在は人材マッチング事業のチームのリソースをクロスセルより新規案件獲得を優先しております。



大淵: 続いて、理論LTVです。

こちらは、558万円で着地し前年同月比+2.5%の成長を達成しております。

クロスセル可能な予算を持つ中企業以上へのアプローチを継続しており、1社あたりのリカーリング型売上高は高水準を維持しております。また、販売促進費のROI計測をより細分化・強化したことで獲得効率の向上を進めております。

財務ハイライト

損益計算書

第2四半期として過去最高の売上高を達成

(単位：百万円)	2025/2 Q2	前年同四半期 (2024/2 Q2)		前四半期 (2025/2 Q1)		会社計画 2025/2	進捗率 2025/2 Q2
		実績	増減率	実績	増減率		
売上高	461	424	+9.0%	453	+1.9%	2,233	41.0%
売上総利益	234	257	▲8.8%	242	▲3.2%	1,239	38.5%
売上総利益率	50.8%	60.7%	▲9.9pp	53.5%	▲2.7pp	55.5%	-
販売管理費	225	229	▲1.7%	236	▲4.6%	1,038	44.5%
営業利益	8	27	▲68.3%	5	+51.0%	200	7.2%
営業利益率	1.9%	6.5%	▲4.6pp	1.3%	+0.6pp	9.0%	-
EBITDA	40	55	▲27.2%	37	+8.1%	326	23.6%
EBITDA率	8.7%	13.0%	▲4.3pp	8.2%	+0.5pp	14.6%	-
経常利益	10	31	▲65.7%	5	+115.2%	215	7.4%
純利益	16	30	▲43.9%	▲0 ¹	-	215	7.5%

¹繰延税金資産の一部取り崩しにより法人税等調整額5百万円を計上

WACUL

© WACUL

28

大淵:ここからは財務ハイライトです。売上高は前年同四半期比+9.0%となっておりますが、各段階損益では先行投資を進めた結果前年同四半期比で下振れる結果となりました。

損益計算書 | 販売管理費 (会計期間)

広告宣伝費の投資対効果の分析を細分化して実施したことで、投資対効果の低い広告宣伝費を削減することが可能に。また、離職率が低かったことで退職者を補充するための採用費が抑制されるなど、総じてコスト抑制方向に進んだ

(単位：百万円)	2025/2 Q2	前年同四半期 (2024/2 Q2)		前四半期 (2025/2 Q1)	
		実績	増減率	実績	増減率
人件費	135	126	+6.5%	131	+3.1%
業務委託費	27	32	▲14.3%	30	▲7.5%
採用費	1	8	▲84.6%	5	▲77.3%
広告宣伝費	13	20	▲32.4%	20	▲33.8%
家賃等	7	7	▲2.6%	7	▲4.0%
システム利用料	12	11	+7.8%	12	▲0.8%
支払手数料等	14	16	▲12.8%	16	▲12.4%
研究開発費	6	-	-	6	+0.3%
その他	6	5	+16.1%	5	+22.9%
合計	225	229	▲1.7%	236	▲4.6%

※業務委託費のうち、事業運営に係る人件費見合いのものを業務委託費として表示。また、プロフェッショナルフィーなどを支払手数料等で表示。

WACUL

© WACUL

29

大淵:販売管理費の内訳です。上期につきましては、売上高上昇の土台となる人員の拡充に努めており、また離職率も低い状態であることから、主に人件費が増加しております。下半期については、人員も拡充してきていることと広告宣伝費等のROI向上に着手できていることから、採用・販促費等を含めた投資全般を注力領域に限定し、EBITDA成長の加速を目指していきます。

また、24/2期第3四半期から開始した人材データベース開発のための研究開発につきましても継続して投資しております。現時点で、当社独自の精度の高いマッチングを効率化・高速化する人材データベースの初期開発が完了しており、社内運用もすでに開始しております。

(単位：百万円)	2025/2 Q2	前期末 (2024/2)	
		実績	増減
流動資産合計	1,444	1,795	▲350
うち現金および預金	1,141	1,461	▲319
うち売掛金等	282	307	▲24
固定資産合計	643	439	▲204
うちソフトウェア等	245	255	▲10
うち関係会社株式	211	-	+211
流動負債合計	519	627	▲108
うち未払金・前受金等	325	375	▲49
固定負債合計	330	385	▲54
純資産合計	1,238	1,221	+16
うち株主資本	1,226	1,210	+16

大淵: 貸借対照表です。Hubspotを活用したCRM設計・構築・運用におけるトップランナーである「株式会社100」がグループジョインしたことで関係会社株式を計上しております。

(単位：百万円)	上期 (2025/2)	上期 (2024/2)
投資キャッシュフロー合計	▲264	▲63
財務キャッシュフロー合計	▲82	▲29
うち長期借入による収入	-	-
うち長期借入金の返済による支出	▲82	▲40
うち新株予約権に関する収入 ¹	-	10
キャッシュフロー合計	▲319	112
フリーキャッシュフロー	▲237	142

¹ 新株予約権の発行による収入および新株予約権の行使による株式の発行による収入の合算額を記載している

大淵: キャッシュフロー計算書です。前述の通り、100社への投資を実施したことが主要因となりフリーキャッシュフローはマイナスとなっております。

ビジネスアクション

大淵: 続いて、今期ならびに今後のビジネスアクションについてお伝えいたします。

ビジネスアクション | サマリ
多岐にわたる商材の商品力・営業力の強化とリソースの最適化を図る

	直近までの取り組み	今後の実施事項	
プロダクト事業	AIアナリスト	・ サービスの再設計（ツール+コンサルタントでデジタルマーケティングのPDCAを伴走） ・ Googleアナリティクス4(GA4)サポートを開始	
	AIアナリストAD		・ 潜在顧客とタッチポイントを持つための営業の仕組化・強化 ・ 案件獲得・ディフェンスのための ケイパビリティ拡張
	AIアナリストSEO		・ フルサービスの順調な立ち上がりを受けて、販促費の投下も含めた 拡販のスピードアップ ・ 生成AIの活用の実案件への投入による省力化と品質の安定化により 利益率改善
	クリエイティブサービス (AIアナリストLP等)		・ サイト制作を 内製でデリバリー 可能な体制構築 ・ 運用保守を絡めた継続・追加発注案件の増加
インキュベーション事業	・ 既存顧客向けの案件が伴走フェーズで長期化 ・ 獲得・デリバリー案件数の増加に向けて社内人材の育成・配置転換および外部人材の活用を行う ・ 出版+広報をフックにした研修・調査案件を強化	・ CRM/CDP構築やインサイドセールスなどの新事業を育成。 100社との協業を進める ・ マーケ戦略の設計・施策評価のために顧客体験を明らかにする「 UXリサーチパッケージ 」の提供	
人材マッチング事業	・ クリエイター領域のマッチングの拡販 ・ 事業拡大速度アップのための広告投資を実験的に投下 ・ 広告媒体費少額案件の定額運用プランの提供開始	・ 導入事例、ホワイトペーパー等の コンテンツ強化 ・ 既存顧客へのアプローチの強化 ・ 既存プロセスの効率化とダイレクトリクルーティングのサービス化に向けた 人材データベース開発	

WACUL © WACUL 33

大淵: まずはビジネスアクションのサマリです。

大淵: プロダクト事業の主力サービスである「AIアナリスト」は、GA4対応がまた盛り上がりを見せる中、この好機をしっかりと確保できるようにサービスの再設計をし、同時に営業も強化しております。また、「AIアナリストAD」はセカンドオピニオンサービスなど、広告媒体費を増やさせようとする既存広告代理店の立場とは違う、クライアント側に立つサービスを提供しておりますが、今後はクライアントの様々な課題を起点として、幅広くご提供ができるようケイパビリティの拡張に努めております。「AIアナリストSEO」は他社が行っていないワンストップサービスへのリニューアルが功を奏し、好調に推移しています。

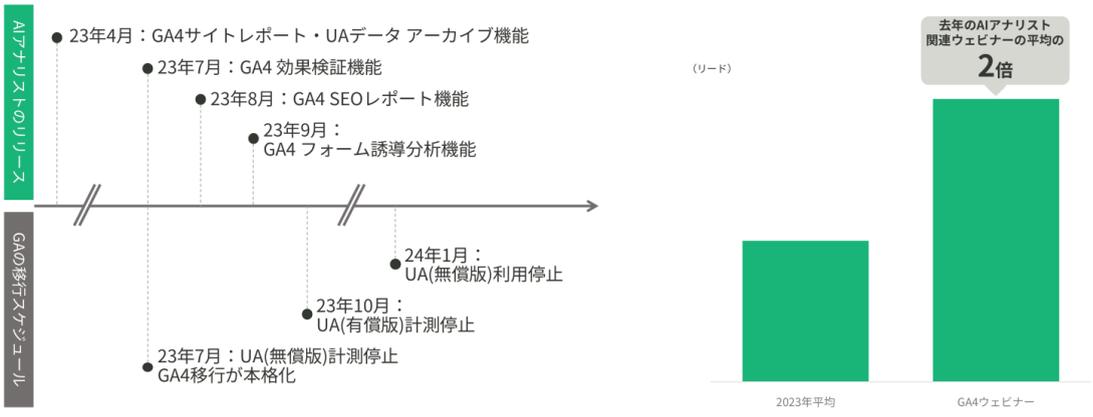
インキュベーション事業では、伴走型案件で安定的に売上を獲得しながら、戦略系案件でも非常に多くの企業にご依頼を受ける「カスタマージャーニーを描きながら、どこでデジタル接点を持つかを明らかにする」等、需要の高い型化可能なサービスについては、パッケージ化に取り組んでおります。直近では、顧客行動に関する定性/定量データに基づいたUXの改善支援を目的とし、顧客行動観察調査/定量アンケート調査などを通じて、顧客に基づいた改善施策を提供する「UXリサーチパッケージ」をリリースしております。また、大手クライアント向けには、LP制作やCRM/MA領域、インサイドセールス代行など、フルパッケージでの伴走支援を行っている案件が拡大していますが、これまで得意としていたリード獲得領域にとどまらず、その後工程にあるCRM/MA領域のコンサルティングにも取り組んでおります。CRM/MA領域は、出資先である100社とともにサービスを検討しております。

人材マッチング事業については、人材データベースの開発等の先行投資に加え、コンテンツ強化や既存顧客へのアプローチの強化を進めており、事業成長の継続を図ってまいります。事業展開から2年以上が経ち実績も蓄積されてきた中で、こういった属性の企業に導入されやすいか、どのようなステップを踏むことができれば1社ごとの契約額が大きくなり契約期間が長くなるのかなど、LTV拡大のための施策を突き詰めていきます。

Googleアナリティクス的大幅アップデート(GA4)から1年経つても対応できない企業が多く、AIアナリスト需要が見られる

GAのバージョン移行は1年前。AIアナリストはGA4対応済み

8月に行ったGA4ウェビナーでは通常の2倍集客された



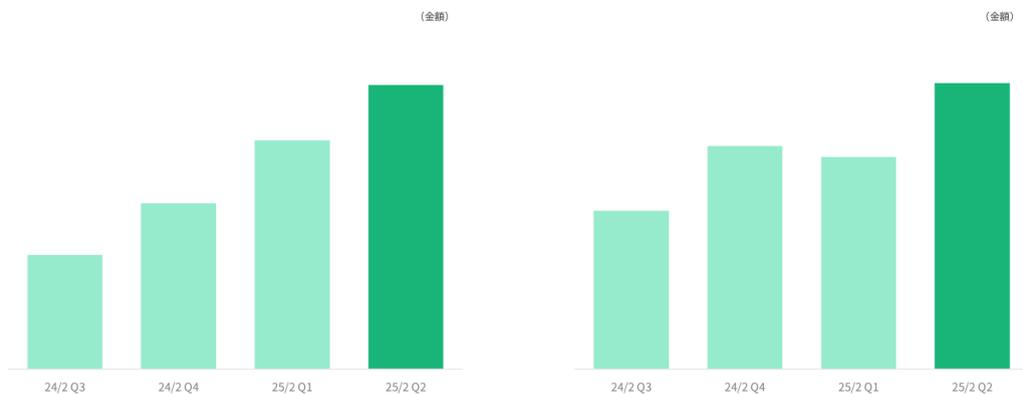
※GA...Googleアナリティクス、UA...ユニバーサルアナリティクス。第3世代のGoogleアナリティクスの名称、GA4...新たに提供されているGoogleアナリティクスの最新版の名称。

大淵:「AIアナリスト」とGA4の普及状況について、ご紹介させてください。以前、ご紹介したようにGoogleアナリティクス的大幅バージョン移行は1年前でした。その頃、GA4設定代行の需要が人材マッチング需要にございましたが、1年経った今になって興味関心が湧いているようです。当社の行うウェビナーでも、GA4関連のものが非常に好評で、リード獲得に貢献してくれています。

移行から1年が経ち、過年度データがGA4に蓄積されたことで「蓄積から分析」へとフェーズが進み、分析サービスであるAIアナリストの獲得が順調に

AIアナリストレポートプランの売上高は拡大

AIアナリスト コンサルプランの新規受注も拡大傾向に



大淵:その背景ですが、GA4を設定してちゃんとデータを蓄積できるようにしようという波が昨年があり、今はその蓄積されたデータを活用しよう、分析しようという機運があるのではないかと推察しています。

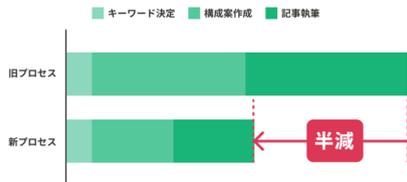
そういったチャンスをしっかり確保できるよう、マーケティングコミュニケーションの変更や営業体制の刷新を行い「AIアナリスト」の拡販に努めております。その結果、テックタッチで販売されているレポートプランの売上は拡大し、またBPaaS型でロータッチのコンサルプランの新規受注も拡大してきております。

SEO事業では、生成AIの活用による省力化と品質の安定化を実現。下期に展開範囲を広げていく中で、SEO事業の利益率改善が期待できる

省力化によるスピードアップとコスト削減

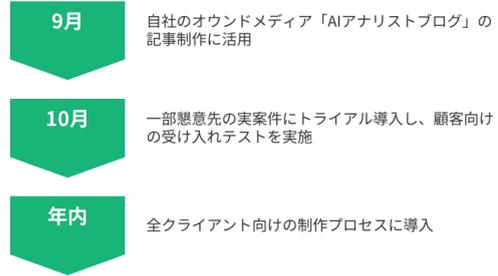
- ・ 構成案作成と記事執筆に生成AIを取り込むことで「制作スピードのアップ」と「コスト削減」、「品質の安定」が同時に実現する
- ・ 制作スピードのアップ：人員あたり制作キャパシティの拡大に寄与するため、これまで以上に販売しやすくなる
- ・ コストの削減：人が行う作業量が減り、原価が低減
- ・ 品質の安定：記事品質の維持のためにマニュアルや教育を徹底してきたが、一部はAIに置き換わることで品質は安定する

構成案作成プロセスを短縮と同時にライター作業負担も軽減することで記事執筆も短縮



自社向けに活用後、顧客向けにも展開予定

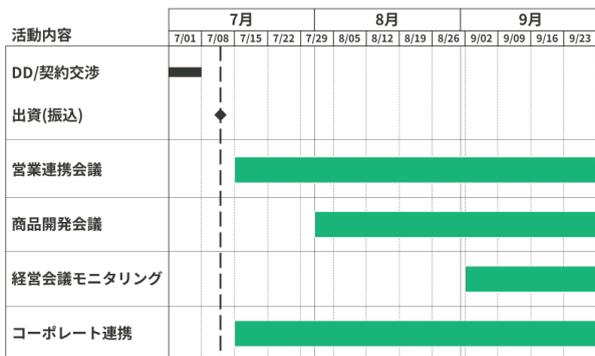
- ・ ステップを踏んで、新プロセスによって制作された記事の公開を開始。同時に、旧プロセスで制作した記事との成果観点での差異がないかを検証する
- ・ 成果に問題がなければ、先行トライアルを一部顧客向けに実施した後、全クライアントに展開する



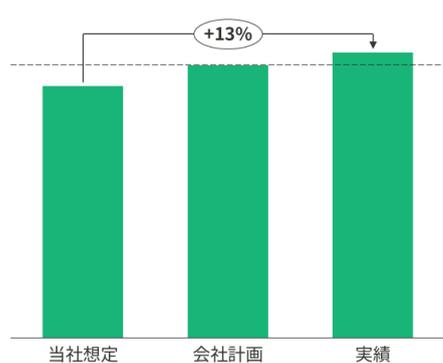
大淵: 生成AIの活用も着々と進めております。ただ生成AIを利用するだけでなく、生成AIと人間の協働でコスト削減と品質維持のバランスをいかにとるかに注力しております。その結果、一部プロセスの半減が実現しました。今後、自社向けのオウンドメディアの記事生産、そして得意先へのトライアルを経て、全クライアント向けに展開していく予定です。工数減は1記事あたりのコストを低減するだけでなく、当社のキャパシティ拡大にも寄与するため、今後の収益拡大に貢献してくれるものと思います。

100社との資本業務提携後、営業連携を構築し、相互紹介を開始。100社の1-8月の売上高は当社想定および会社計画を上回って進捗

出資後すぐに営業連携から開始



出資前の想定を上回る売上高推移



大淵: 100社への投資のその後についても触れさせていただきます。出資後、速やかにコーポレートから財務モニタリングの連携を行うと同時に、相互送客などできることから連携して営業を行う体制の構築を行い、まずは基本的なことを抑えております。また、8月からは商品面での連携を進めており、こちらについては今後、続々とリリースをしていけるものと思います。そして、9月から私自身が先方の経営会議に陪席して、しっかりと経営面でもつながりを強化して、シナジー創出に向き合っております。

今期の見通し

大淵:最後に、今期の業績見通しをご説明させていただきます。

業績予想

上期は離職率の低下と広告宣伝費のROI計測などから販管費を投下したが、予想達成に向けて下期にはコントロールを行って業績予想の達成に向かう

(単位:百万円)	2025/2 業績予想	2024/2	
		実績	増減率
売上高	2,233	1,817	+22.9%
売上総利益	1,239	1,103	+12.3%
売上総利益率	55.5%	60.7%	▲5.2pp
販売管理費	1,038	905	+14.7%
営業利益	200	197	+1.6%
営業利益率	9.0%	10.9%	▲1.9pp
EBITDA	326	307	+5.9%
EBITDA率	14.6%	16.9%	▲2.3pp
経常利益	215	208	+3.1%
純利益	215	200	+7.5%

会社計画に関する見通し

- プロダクト事業のサイト制作や、インキュベーション事業の伴走型プロジェクト、人材マッチング事業など、売上高は大きくなりやすい一方で利益率は低いプロダクト・サービスの占有率は上昇
- 当社のコストは人件費と販促費が大部分を占めるが、市況やプロダクトMIXの変化などを鑑み、適切にコストコントロールを実施
- 24/2期から開始した人材データベース開発の研究開発投資は、25/2期も継続して実施想定。現時点の開発範囲は、既存プロセスの効率化、マッチング精度向上を目指すものだが、将来的にはフリーランスプールを開放するダイレクトリクルーティングサービスへの展開も視野に
- 24/2期に追加借入した資金による運転資金の手当はできていくことから、これまで蓄積してきた資金を元手に、非連続な成長のためのM&Aや資本業務提携などのコーポレートアクションも積極的に検討（当該関連費用は不確実性が高い事案であり、業績予想への織込はしていない）

※業績予想の詳細については、2024/4/11開示の「2024年2月期決算短信（日本基準）（非連結）」をご参照ください。

WACUL © WACUL 38

大淵:今期の業績予想は、売上高22億3300百万円、EBITDA3億2600万円、当期純利益2億1500万円を想定しており、4月に発表させていただいてからは変更ございません。当社はこれまでも、年度単位で見ると下期偏重になっております。そのため、ご心配をおかけすることもあります。しっかりと下期に向けて利益も作っていただけるような素地を作っております。

以上、長くなりましたが2025年2月期第2四半期の決算説明とさせていただきます。ご清聴誠にありがとうございました。

(以上)

免責事項

本資料で提供される内容の信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の契約不適合責任及び補償責任を負いません。

本資料は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。